

KUALITAS PELAYANAN JASA DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA AUTO 2000 SINGARAJA

Aji Kurniawan¹, aji.sergeant@gmail.com
I Gde Made Metera², metera.made@gmail.com
Ni Ketut Adi Mekarsari³, mekarsariunipas@yahoo.com

Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Singaraja

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, untuk menjalin hubungan dengan pelanggan yang pada akhirnya dapat membantu memenuhi kepuasan pelanggan agar perusahaan tetap tumbuh dengan baik di masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa baik secara parsial maupun simultan dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

Hasil uji instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliabel dari seluruh item pertanyaan. Hasil uji asumsi klasik, yakni data berdistribusi normal dan terbebas dari masalah multikolinearitas serta heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 1,292 + 0,184X_1 + 0,185X_2 + 0,179X_3 + 0,150X_4 + 0,279X_5$. Koefisien determinasi menunjukkan pengaruh sebesar 69,3%. Hal tersebut menjelaskan bahwa terjadi hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis sebesar 69,3% sementara 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel dominan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel jaminan sebesar 0,333.

Auto2000 Singaraja diharapkan agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik diberikan dan dirasakan oleh para pelanggan, melakukan peningkatan pada kualitas pelayanan yang masih kurang memuaskan bagi para pelanggan, dan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sesuai dengan standar perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Jasa, Kepuasan Pelanggan

¹ Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2017/2018

² Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

³ Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Setiap perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan dan yang diinginkan pelanggan, kemudian berusaha memenuhi harapan dan keinginan tersebut semaksimal mungkin, sehingga pelanggan lebih memilih untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya reputasi perusahaan yang semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.

Salah satu usaha jasa yang berkembang di Kota Singaraja saat ini adalah jasa perbaikan dan perawatan kendaraan atau yang biasa disebut sebagai jasa bengkel. Adapun alasan pendirian bengkel karena dalam kondisi tertentu mobil memerlukan perawatan atau perbaikan, yang tentunya harus dilakukan agar kendaraan tetap dalam kondisi yang baik saat digunakan.

Menurut Parasuraman dalam Danang (2015:288), terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan jasa, yang terdiri dari: bukti fisik (*Tangible*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*). Lima aspek dalam kualitas pelayanan tersebut sangat perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan dan membuat pelanggan yang datang merasa puas.

Auto2000 Singaraja senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli dan memiliki kendaraan Toyota. Dalam konsep pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan suatu keharusan, sehingga proses pemasaran tidak hanya berhenti pada transaksi penjualan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui pemberian layanan dengan memerhatikan dimensi kualitas pelayanan sebagai bentuk dukungan yang optimal kepada pelanggan. Jumlah pelanggan Auto2000 Singaraja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Jumlah Pelanggan Pengguna Jasa Servis Mobil
Auto2000 Singaraja

BULAN	TAHUN		
	2015	2016	2017
Januari	-	260	309
Februari	-	258	335
Maret	-	250	336
April	-	310	311
Mei	-	265	357
Juni	-	306	324
Juli	-	303	404
Agustus	-	295	326
September	-	325	317
Oktober	206	304	338
November	217	310	353
Desember	237	357	360
JUMLAH	660	3543	4070

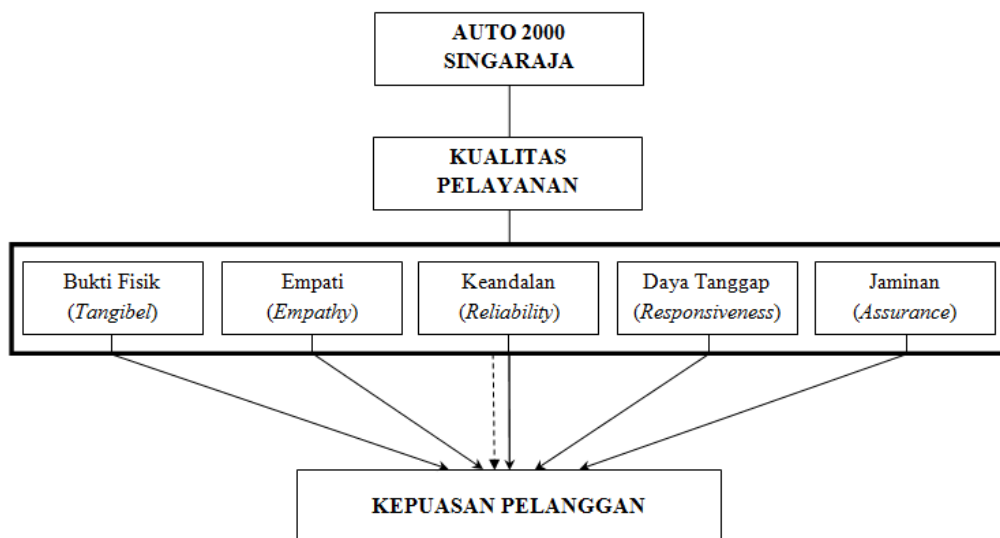
Sumber: Auto2000 Singaraja tahun 2018

Berdasarkan tabel 1 data jumlah pelanggan Auto2000 Singaraja, diketahui jumlah pelanggan pada tiap bulannya mengalami fluktuatif atau naik dan turun, namun perkembangan jumlah pelanggan disetiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 jumlah pelanggan jasa servis mobil tercatat dengan jumlah pelanggan yang sedikit dari tahun 2016 dan 2017, yaitu sebanyak 660 mobil. Hal ini disebabkan karena Auto2000 Singaraja merupakan dealer resmi yang baru berdiri sejak 7 Oktober 2015 sehingga pada tahun 2015 tersebut Auto2000 Singaraja masih belum banyak dikenal oleh masyarakat. Seiring dengan proses promosi yang dilakukan oleh perusahaan, jumlah pelanggan tiap tahunnya mengalami peningkatan pada tahun 2016 dan 2017 yaitu sebanyak 3543 dan 4070 pelanggan jasa servis mobil.

Auto2000 Singaraja memiliki peluang dan tantangan seperti dealer resmi maupun bengkel-bengkel lain pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan

kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, Auto2000 Singaraja dalam meningkatkan kinerjanya dalam dunia persaingan saat ini. Berdasarkan fenomena tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja baik secara parsial maupun simultan dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan.

Berdasarkan kajian teori yang berkaitan antara kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan, maka disusun kerangka pemikiran seperti yang disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran
Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan
Pada Auto2000 Singaraja

Keterangan :

- > : Simultan
 —————> : Parsial

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang didukung dengan teori-teori, maka dapat disusun hipotesis dari penelitian ini sebagai

berikut: 1) Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibel*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*) secara parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja. 2) Ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibel*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*) secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja. 3) Variabel jaminan (*Assurance*) berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

METODOLOGI PENELITIAN

Sesuai dengan landasan teori dan kerangka pemikiran penelitian, maka dapat diuraikan definisi operasional variabel sebagai berikut:

1 Variabel bebas

1) Bukti Fisik (*tangible*)

Bukti fisik dalam hal ini adalah fasilitas fisik Auto2000 Singaraja yang disediakan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan yang melakukan servis. Indikator dari bukti fisik atau *tangible* dalam penelitian ini, seperti penampilan karyawan yang rapi dan bersih, peralatan bengkel yang lengkap dan mutakhir, kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu serta letak perusahaan yang strategis.

2) Empati (*emphaty*)

Kemampuan Auto 2000 Singaraja dalam memberikan perhatian kepada para pelanggan pengguna jasa servis. Indikator empati (*empathy*) dalam penelitian ini, seperti kesungguhan karyawan dalam memberikan perhatian kepada pelanggan, memberikan pelayanan yang adil, pelayanan yang ramah dan pemahaman kebutuhan pelanggan.

3) Keandalan (*reliability*)

Kualitas pelayanan jasa servis yang diberikan Auto 2000 Singaraja menjanjikan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Indikator dari

keandalan atau *reliability* dalam penelitian ini, seperti keakuratan informasi yang diberikan kepada pelanggan, perbaikan kerusakan, perubahan positif setelah melakukan servis dan pelayanan tepat waktu.

4) Ketanggapan (*responsiveness*)

Mendengar keluhan pelanggan adalah upaya Auto 2000 Singaraja dalam memberikan pelayanan yang membantu para pelanggan jasa servis mobil secara cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Indikator daya tanggap atau *responsiveness* dalam penelitian ini, seperti mendengarkan keluhan pelanggan, mampu merespon keluhan pelanggan dengan cepat, ketepatan dalam mengambil tindakan dan pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan.

5) Jaminan (*assurance*)

Auto 2000 Singaraja memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan selama melakukan servis mobil. Indikator untuk jaminan atau *assurance* dalam penelitian ini, seperti karyawan yang berpengetahuan luas, jujur dan dapat dipercaya, perasaan aman selama pelanggan berurusan dengan karyawan, tersedianya suku cadang asli Toyota atau Toyota Genuine Parts dan pemberian garansi setelah servis.

2. Variabel terikat; Kepuasan pelanggan Adapun indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini, seperti pelayanan yang memuaskan, pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan harapan, kesediaan merekomendasikan dan minat penggunaan kembali.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menemukan hubungan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Auto2000 Singaraja, dengan objek penelitian adalah kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa servis Auto2000 Singaraja, sedangkan sampel dalam penelitian berdasarkan pendapat Maholtra, besarnya sampel adalah empat atau

lima kali jumlah variabel yang dianalisis, dalam penelitian ini terdapat 24 item pertanyaan yang mewakili variabel, jadi jumlah sampel yang dianggap representatif dan mencerminkan ciri dari populasi adalah 96 responden (24x4). Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan kuesioner.

Analisis kuantitatif terdiri dari pengujian instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas), analisis data (regresi linier berganda dan koefisien determinasi) dan uji hipotesis (uji t, uji F dan uji dominan)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang sudah dirumuskan, berikut dipaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan analisis data penelitian yang didapat dari hasil kuesioner.

1. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel/Item	r-hitung	Nilai batas	Simpulan
Bukti Fisik (X1)			
X1.1	0,500	0,30	Valid
X1.2	0,416	0,30	Valid
X1.3	0,462	0,30	Valid
X1.4	0,445	0,30	Valid
Empati (X2)			
X2.1	0,625	0,30	Valid
X2.2	0,553	0,30	Valid
X2.3	0,360	0,30	Valid
X2.4	0,406	0,30	Valid
Keandalan (X3)			
X3.1	0,537	0,30	Valid
X3.2	0,462	0,30	Valid
X3.3	0,423	0,30	Valid
X3.4	0,326	0,30	Valid
Daya Tanggap (X4)			
X4.1	0,427	0,30	Valid

X4.2	0,552	0,30	Valid
X4.3	0,484	0,30	Valid
X4.4	0,453	0,30	Valid
Jaminan (X5)			
X5.1	0,605	0,30	Valid
X5.2	0,429	0,30	Valid
X5.3	0,594	0,30	Valid
X5.4	0,445	0,30	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y.1	0,484	0,30	Valid
Y.2	0,533	0,30	Valid
Y.3	0,464	0,30	Valid
Y.4	0,325	0,30	Valid

Sumber : Hasil Olah SPSS Versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa instrumen dari seluruh variabel penelitian memiliki nilai koefisien korelasi di atas 0,30 maka instrumen dalam penelitian ini valid.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> tabel	Simpulan
Bukti Fisik	0,673	0,60	Reliabel
Empati	0,695	0,60	Reliabel
Keandalan	0,648	0,60	Reliabel
Daya Tanggap	0,695	0,60	Reliabel
Jaminan	0,725	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,665	0,60	Reliabel

Sumber : Data olahan SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60 sehingga variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
1	Bukti Fisik	0,429	2.331	Non multikolinearitas
2	Empati	0,670	1.493	Non multikolinearitas
3	Keandalan	0,711	1.406	Non multikolinearitas
4	Daya Tanggap	0,607	1.647	Non multikolinearitas
5	Jaminan	0,519	1.926	Non multikolinearitas

Sumber : Hasil olah SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 10 atau 0,1 dan mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig. (2-tailed)	Korelasi	Simpulan
1	Bukti Fisik	0,919	0,05	Non-Heteroskedastisitas
2	Empati	0,947	0,05	Non-Heteroskedastisitas
3	Keandalan	0,724	0,05	Non-heteroskedastisitas
4	Daya Tanggap	0,416	0,05	Non-heteroskedastisitas
5	Jaminan	0,374	0,05	Non-heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 5 pada penelitian ini menunjukkan model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas, artinya tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

c) Uji Normalitas

Tabel 6
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81856322
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.041
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah $0,200 > 0,05$ maka asumsi normalitas dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7
Analisis Regresi Linier Berganda
(Koefisien Regresi)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.292	1.255		1.030	.306
	BUKTI FISIK	.184	.084	.196	2.194	.031
	EMPATI	.185	.066	.200	2.796	.006
	KEANDALAN	.179	.070	.178	2.575	.012
	DAYA TANGGAP	.150	.066	.169	2.256	.026
	JAMINAN	.279	.068	.333	4.112	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 7 maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,292 + 0,184X_1 + 0,185X_2 + 0,179X_3 + 0,150X_4 + 0,279X_5$$

b. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 8

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.693	.676	.841

Sumber : Data output SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 8 diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,693 yang menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh sebesar 69,3% terhadap variabel terikat. Hal ini berarti variabel bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan mempunyai hubungan sebesar 69,3% terhadap kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja, sedangkan 30,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Diketahui nilai t_{Tabel} menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05 sebesar 1,990

Tabel 9
Hasil Uji t

No	Variabel	T_{Hitung}	T_{Tabel} ($\alpha = 5\%$)	Sig	Keterangan
1	Bukti fisik	2,194	1,990	0,031	Signifikan
2	Empati	2,796	1,990	0,006	Signifikan
3	Keandalan	2,575	1,990	0,012	Signifikan
4	Daya tanggap	2,256	1,990	0,026	Signifikan
5	Jaminan	4,112	1,990	0,000	Signifikan

Sumber : Hasil output SPSS versi 24.0, 2018

Berdasarkan tabel 9 hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

(1) Pengaruh Bukti Fisik (*Tangibel*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t data variabel bukti fisik dan kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,194 > 1,990$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

(2) Pengaruh Variabel Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t data variabel empati dan kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,796 > 1,990$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

(3) Pengaruh Variabel Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t data variabel keandalan dan kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,575 > 1,990$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja.

(4) Pengaruh Variabel Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t data variabel daya tanggap dan kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,256 > 1,990$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

(5) Pengaruh Variabel Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t data variabel jaminan dan kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) diperoleh hasil t_{hitung} lebih

besar dari nilai t_{tabel} ($4,112 > 1,990$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

b) Uji Simultan (Uji F)

Nilai F_{Tabel} berdasarkan tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dalam penelitian ini diketahui nilai F_{Tabel} sebesar 2,31.

Tabel 10
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.679	5	28.736	40.629	.000 ^b
	Residual	63.654	90	.707		
	Total	207.333	95			

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa F_{Hitung} bernilai sebesar 40,629 dengan angka signifikansi 0,000 sehingga nilai $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ ($40,629 > 2,31$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menjelaskan bahwa bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

c) Uji Dominan

Uji dominan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh paling dominan, berdasarkan dari perbandingan output SPSS versi 24.0 disebut dengan *standardized coefficient beta* pada uji t yang terlihat pada tabel 7 dapat diketahui bahwa variabel jaminan paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar 0,333. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan variabel jaminan

berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Auto2000 Singaraja pada penelitian ini diterima.

PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis seperti yang telah diuraikan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a) Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) secara parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.
- b) Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.
- c) Variabel jaminan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto2000 Singaraja.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dapat disarankan kepada Auto2000 Singaraja berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

- a) Sehubungan dengan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini agar tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.
- b) Mengajarkan kepada pelanggan betapa pentingnya melakukan servis di bengkel resmi untuk keamanan dan kenyamanan berkendara.
- c) Melakukan promo menarik terhadap jasa perawatan dan perbaikan mobil dan kegiatan-kegiatan menarik lainnya yang dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan servis di Auto2000 Singaraja.

- d) Menerapkan strategi-strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan sesuai dengan standar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Usahawan, No.5
- Arief, Muhtosim. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang. Bayumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Firmasyah, Muhammad dan Marheni Eka Saputri. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Auto2000 Body Paint Cibiru Bandung Tahun 2014*. Telkom University.
- Gaspersz, Vincent. 2011. *Total Quality Management: Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Bogor. Vinchrsto Publication.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta. PT. Prehallindo
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. dan Keller, L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid-1. Jakarta. Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Lyhe, John F, 1996, Cara Jitu memuaskan pelanggan, Abdi tandur. Jakarta.
- Putri, Resita Widya. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Auto2000 Waru Surabaya)*. Brawijaya Malang.
- Santoso, Singgih. 2002. *Buku latihan SPSS statistic parametrik*. Penerbit Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Jakarta. PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa : Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar jasa*. Yogyakarta. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. edisi pertama. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- _____. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta. Andy Offset.
- _____. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- _____. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset.
- _____. & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zulvia, Devi. 2014. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Auto 2000 Padang)*. STIE “KBP” Padang.